



平成 20 年 7 月 29 日

各 位

会社名 三井ホーム株式会社
代表者名 代表取締役社長 中村 良二
(コード番号 1868 東証第一部)

『 QUALITY × DESIGN 2011 』
～ 品質とデザインのパワーブランドグループを目指して～

三井ホームグループ中期経営計画(2008 年度～2011 年度)策定のお知らせ

三井ホームグループは、2005 年 10 月に 2006 年度～2008 年度を対象とする中期経営計画を発表し、当社グループがより優れた企業グループとなることを目指すとともに、業績の向上に取り組んでまいりました。この結果、2007 年度の連結営業利益が 6 期連続の増益を達成するなどグループ事業の業績は順調に拡大することができました。

一方、コア事業である注文住宅事業に関しては、資源価格の高騰による原材料価格の上昇、国内景況感の悪化など厳しい状況が続きましたが、今後も計画策定時の想定を超える更に厳しい市場環境が続くものと予想されます。そこでこのたび、改めて経営課題の進捗状況などを精査し、一層のグループブランド価値向上と収益向上を図るため、コア事業の強化とグループ事業の更なる拡大を目指し、2011 年度を最終年度とする中期経営計画を策定しました。

併せて、地球温暖化への対応と住宅供給会社としての社会的責任を果たすため、2×4 住宅の高い基本性能(耐震、防火、耐風、耐久、高断熱性能など)と「木の住まい」の特性である「環境への優しさ」に加え、「品質」「デザイン」「CS」にこだわりを持ち続けることにより、「長期にわたり資産価値のある住まいを提供する企業グループ」となることを今後も目指します。

中期経営計画の概要は以下のとおりです。

1. 現中期経営計画期間の業績

連結業績比較

(金額単位：百万円)

	2005 年度 実績	2007 年度 実績	増減	増減率 (07-05)
連結 売上高	232,692	245,532	12,839	5.5%
連結営業利益 (率)	4,356 (1.9%)	5,003 (2.0%)	646	14.8%
連結経常利益 (率)	4,530 (1.9%)	4,785 (1.9%)	254	5.6%

2. 今後のマーケット見通し

今回の中期経営計画の策定にあたり、以下のとおり今後の市場見通しを予想しています。

(1) 人口動態世帯数予測(2008年～2018年)

国立社会保障・人口問題研究所の予測では、住宅一次取得者層の中心である30代の人口が2018年には約390万人減少すると共に、全国の総世帯数も2015年から2020年の間に減少に転じると予測されています。

一方、首都圏においては、単独世帯を中心に世帯数の増加が2020年過ぎまで続く見込まれています。

(2) 新設住宅着工戸数

住宅着工戸数は1997年度～2006年度の10年間121万戸平均で推移してきましたが、2007年度において103万戸(うち持家31万戸)と大幅に減少しました。今後一次取得層の中心である30代の人口減少が予測されることから、当中期経営計画期間中においては、100万戸水準で推移すると想定しました。

(3) ストック市場の拡大

既存の住宅総数は約5,400万戸ありますが、その内1981年6月の新耐震基準以前に建築された築27年以上の戸建住宅ストックは、約1,150万戸(総務省統計調査)あり、建替、改修が必要とされています。また、貸家・分譲マンションは、1980年代後半に着工が増加しましたが、今後築20年経過することからこれら既存ストック住宅のリフォーム需要の拡大が見込まれます。

3. 中期経営計画 基本方針

現中期経営計画の重点課題であった「グループ経営の進化」「三井不動産グループとのシナジー強化」「ストック関連事業の拡大」「コア事業における経営資源の首都圏集中」については継続して推進します。

(1) コア事業の強化

今後の住宅ニーズは人口構成、社会の変化等に伴い、より多様化し、よりセグメント化されていくと予想されていますが、2×4工法の高い基本性能、環境対応を生かした商品・技術開発を推進します。

今後も世帯数の増加が見込まれる首都圏エリアでの収益拡大を図ります。

モデルハウス以外の情報チャネルとして法人営業の推進・強化を図ります。

ペアセールスの実施などによるナレッジの共有化を推進し、営業力の強化を図ります。

原材料価格、輸送コスト等の上昇を前提にコストダウンの推進を図ります。

(2) グループ事業の拡大

ストック事業を中心に、順調に業績を伸ばしてきたグループ事業については、三井不動産グループとのシナジー効果を一層発揮するとともに、グループ各社のブランド価値向上を図ります。

4. 連結数値目標

(金額単位：百万円)

	2007年度 実績	2008年度 計画	2011年度 目標	増減(11-07)	
				金額	率
連結売上高	245,532	250,000	280,000	34,468	14.0%
連結営業利益 (率)	5,003 (2.0%)	5,500 (2.2%)	7,500 (2.7%)	2,497	49.9%

事業別セグメント数値目標

(金額単位：百万円)

		2007年度 実績	2008年度 計画	2011年度 目標	増減(11-07)	
					金額	率
建築請負事業	売上高	194,219	197,000	216,000	21,781	11.2%
	営業利益 (率)	4,150 (2.1%)	4,920 (2.5%)	6,240 (2.9%)	2,090	50.4%
住宅部資材 加工・販売事業 (商品販売事業)	売上高	25,496	26,000	32,800	7,304	28.6%
	営業利益 (率)	1,127 (4.4%)	1,150 (4.4%)	1,500 (4.6%)	373	33.1%
賃貸管理事業	売上高	11,617	12,300	16,300	4,683	40.3%
	営業利益 (率)	756 (6.5%)	820 (6.7%)	1,130 (6.9%)	374	49.5%
金融・リース事業	売上高	1,800	1,800	1,900	100	5.6%
	営業利益 (率)	59 (3.3%)	80 (4.4%)	150 (7.9%)	91	154.2%
その他の事業	売上高	12,397	12,900	13,000	603	4.9%
	営業利益 (率)	1,475 (11.9%)	1,430 (11.1%)	1,480 (11.4%)	5	0.3%
消去又は全社	売上高	-	-	-	-	-
	営業利益 (率)	2,566	2,900	3,000	434	
合計	売上高	245,532	250,000	280,000	34,468	14.0%
	営業利益 (率)	5,003 (2.0%)	5,500 (2.2%)	7,500 (2.7%)	2,497	49.9%

5. 事業別売上目標・重点施策

(1) 専用住宅事業（三井ホーム・F C会社）

売上目標 1,266 億円（2007年度） 1,277 億円（2011年度）

これまで実施した首都圏エリアへの経営資源集中をベースに、受注量増加を図り

ます。

デザイン性の高い新商品の開発により、ハイエンド層を対象とする「プレミアムブランド」の強化を図ります。

主に一次取得層を対象とする企画型商品「バーリオ」の拡充と、マイレヴの拡販および用地営業の継続によりボリュームゾーンでの受注量増加を図ります。

法人営業体制の強化により取次情報の拡大を図ります。

(2) 事業用建築事業（三井ホーム・F C会社・三井デザインテック）

売上目標 434 億円（2007 年度） 537 億円（2011 年度）

< 賃貸住宅・建売請負事業 >

都市型賃貸住宅「プロパティ・プライムコート」の拡充により受注量増加を図ります。

豊富な医院建築実績をベースに、医院開業情報チャネルの拡大により医院向け賃貸モールの強化を図ります。

建売請負において三井不動産レジデンシャルとの連携を強化します。

< オフィス・商業施設関連事業 >

オフィス内テナント工事に加え、共用部リニューアル工事への対応力強化を図ります。

ホテル、商業施設において既存取引先への継続受注の強化を図ります。

リゾート施設などの新分野への営業・工事体制の強化を図ります。

(3) リフォーム事業（三井ホームリモデリング・三井ホーム・F C会社・三井ホームエステート）

売上目標 241 億円（2007 年度） 346 億円（2011 年度）

三井ホーム引渡顧客への営業拡大を図ります。

定価制リフォーム商品「M - S T Y L I N G (エム スタイリング)」をはじめマンションリフォームの拡大を図ります。

新耐震基準以前に建築された戸建既存住宅のリフォーム拡大を図ります。

医院、賃貸住宅等の事業用建物のリフォーム受注を強化します。

金融機関等の提携企業とのアライアンスおよび法人営業の推進を図ります。

新築住宅と部資材の共通化を図り、グループのデリバリー機能も活用することにより、コストダウンを推進します。

三井不動産販売と当社グループとの共同出資会社「リハウスサポート」と連携し既存住宅購入者へのアプローチ強化を図ります。

(4) 商品販売事業（三井デザインテック・ホームマテック・三井ホームカナダ）

売上目標 166 億円（2007 年度） 254 億円（2011 年度）

< インテリア商品販売事業 >

インテリアコーディネーターの提案力強化により高額案件の販売量増加を図ります。

マンションディベロッパーへのインテリアサポート強化によりマンションモデルルームの受注を拡大し、インテリア商品販売対象物件の拡大を図ります。

< 住宅部資材販売事業 >

大手ビルダーへの販売強化により構造材販売棟数の拡大を図ります。

従来鉄骨造が多かった非住宅系建物に対し、コスト対応力のある木造建築の営業強化を図ります。

カナダ国内においてコンドミニアム・タウンハウス向けパネル販売の拡大を図ります。

(5) 賃貸管理事業（三井ホームエステート、三井ホーム）

売上目標 116 億円（2007 年度） 163 億円（2011 年度）

当社の賃貸住宅受注サポートとマンション等他社物件の営業強化により、管理戸数の拡大を図ります。

オーナーとの関係強化により、管理物件のリニューアル・保有資産の売却・再投資物件の仲介等のソリューションビジネスの拡大を図ります。

以 上

（当資料取り扱い上のご注意）

当資料に記載されている三井ホームグループの計画、戦略などは、現時点において入手可能な情報から当社の経営陣の判断に基づき策定したものであり、経営環境の変動等のリスクや不確定な要因を含んでいるため、実際の業績につきましては、これらの見通しと異なる可能性があります。